



PRESSEMITTEILUNG



CALL FOR ENTRIES! DOOH Creative Challenge geht in die 2. Runde

München, 15. November 2021 – Ab sofort kann wieder für die [„DOOH Creative Challenge“](#) eingereicht werden, mit der das DMI herausragende DOOH-Kampagnen aus der DACH-Region auszeichnet. Den Gewinneragenturen winken erneut wertvolle Punkte für das Kreativranking der W&V. Einreichschluss ist der **4. März 2022**.

Bereits zum zweiten Mal lobt das Digital Media Institute (DMI) die „DOOH Creative Challenge“ (DCC) aus. Agenturen, Unternehmen, Vermarkter und Young Talents sind aufgerufen, ihre kreativsten, innovativsten und technisch ausgefeilten Kampagnen auf Digital Out of Home (DOOH) einzureichen.

Dabei wurde der junge Wettbewerb, der im Herbst 2020 erfolgreich an den Start gegangen ist, noch einmal weiterentwickelt: So werden die Preise der DCC statt in drei nun in fünf Kategorien vergeben. Jeweils **Gold, Silber und Bronze** gibt es in den Kategorien „DOOH Classic“, „Beste crossmediale Kampagne“, „Best Use of Data“ und „Future Vision DOOH“ zu gewinnen. Alle Preisträger erhalten hier zudem wertvolle **Punkte für das Kreativranking der W&V**.

Der speziell für den kreativen Nachwuchs ins Leben gerufene Wettbewerb „DCC YoungSTARS“ belohnt die beste Arbeit mit **1 Milliarde Kontakten**, indem die Kampagne deutschlandweit auf den teilnehmenden DOOH-Netzen ausgestrahlt wird. Bei der **Preisverleihung im April 2022** wird zudem noch ein von der Agentur **PLAN gesponserter, mit einer Geldprämie dotierter Publikumspreis** vergeben: Hier wählen die Teilnehmer der Award-Verleihung aus allen Shortlistplatzierten ihren persönlichen Favoriten.

Das Einreichportal ist ab sofort bis einschließlich dem **4. März 2022** für Agenturen, Unternehmen, Vermarkter und Studierende geöffnet.

„Die extrem positive Resonanz in der ersten Runde hat unsere Erwartungen weit übertroffen und uns darin bestätigt, dass die deutsche Kreativ-Szene diesen Award noch gebraucht hat“, sagt **Frank Goldberg**, Geschäftsführer des DMI.



Mit Kreativen, Werbungtreibenden, Vermarktern und Agenturvertretern ist die Jury der DCC bewusst breit aufgestellt. Diese 24 Experten garantieren eine fundierte Bewertung, die sämtliche Anforderungen an die Kreation von DOOH sowie die Bedürfnisse des Marktes berücksichtigt: **Jo Marie Farwick** (Überground), **Ekki Frenkler** (Mediaplus), **Alexander Fürthner** (Weischer.JvB), **Frank Goldberg** (DMI), **Verena Gründel** (W&V), **Matthias Harbeck** (Serviceplan), **Thomas Heinz** (Kolle Rebbe), **Dimitri Herber** (Bahlsen), **Ralf Heuel** (Grabarz & Partner), **Christian Kaeßmann** (PLAN), **Christina Keller** (Facebook), **Hartwig Keuntje** (Philipp & Keuntje), **Arne Kirchem** (Unilever), **Thomas Koch** (The DOOH Consultancy), **Simone Podlich** (Cittadino), **Christian-Georg Siebke** (TV-Wartezimmer), **Stan Skolnik** (IU Internationale Hochschule), **Robert Stahl** (Goldbach), **David Stephan** (David + Martin), **Matthias Storath** (Heimat), **Alexander Stotz** (Strörer), **Andrea Tauber-Koch** (Commerzbank), **Holger Walsch** (Planus) und **Frank Yousoffi** (Neo Advertising).

DOOH Creative Challenge – Termine und Anmeldung:

Early Bird: 18. Februar 2022

Regular: 4. März 2022

Weitere Informationen und Registrierung auf der [DCC-Website](#).

Kontakt für weitere Informationen:

Anja v. Fraunberg

DMI Digital Media Institute GmbH

anja.vonfraunberg@dmi-org.com

Mob: 0175 / 521 94 31

Wir danken unseren Partnern:



JETZT MAL MIT PLAN.

Über das DMI

Das Digital Media Institute (DMI) ist ein Netzwerk für Entscheider aus allen Bereichen der digitalen Medien und hat zum Ziel, DOOH als wirkungsstarkes Medium mit einheitlicher Marktforschung zu unterstützen und bekannter zu machen. Dazu führt das DMI in regelmäßigen Abständen die Markt-Media-Studie „Public & Private Screens“ durch, in der die Leistungswerte für DOOH-Werbeträger in Deutschland erfasst werden. Mit der „Public & Private Screens Realtime“ stellt das DMI Echtzeitdaten für DOOH auf Währungsniveau zur Verfügung. Das DMI entwickelt zudem Standards für Marktforschung, Technik, Werbemittelformate und Programmatic DOOH. Gemeinsam mit Kreativen sorgt das DMI auch für ein besseres Verständnis der speziellen Anforderungen an die Kreation von DOOH.

Besuchen Sie das DMI auf www.dmi-org.com sowie den DMI-Blog auf blog.dmi-org.com und folgen Sie uns auf Twitter [@DMIInstitute](https://twitter.com/DMIInstitute), Facebook.com/DigitalMediaInstitute/ und [instagram.com/digitalmediainstitute](https://www.instagram.com/digitalmediainstitute).